

COMPETENCIA Y DEPORTES PROFESIONALES – NOTA DE ARGENTINA



1. Los deportes, en particular el fútbol, son un componente preponderante de la identidad nacional. Además de su dimensión cultural, los deportes profesionales tienen una importancia económica significativa, y todas las expectativas están puestas en que dicha relevancia se incremente.

2. En virtud de que su impacto económico es mayor que el de otros deportes, esta contribución hará foco en el fútbol, y profundizará su análisis en la estrategia utilizada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) en diversos casos de mercados relacionados con eventos futbolísticos. Las particulares características del negocio del fútbol han resultado de gran influencia en las intervenciones de competencia implementadas a lo largo del tiempo.

3. La primera sección de esta contribución examina la estructura actual de la gobernanza de los clubes de fútbol argentinos. La segunda sección detalla cómo se organizan las ligas y los torneos de fútbol. La tercera parte posa la mirada sobre el modo en que la federación local, la *Asociación de Fútbol Argentino* (AFA), lidia con la comercialización conjunta o la concesión de licencias de medios de comunicación y derechos de publicidad, y describe cuestiones competitivas de reciente data relacionadas con los derechos de transmisión de eventos futbolísticos. En la cuarta sección, se plasman conclusiones finales.

I. CÓMO SE MANEJA EL FÚTBOL EN ARGENTINA

4. La organización de una competencia profesional de deportes requiere un marco que articule la necesaria cooperación entre las diferentes partes involucradas. El fútbol no es diferente de otros deportes, dado que requiere de un mínimo número de participantes para que se lleve a cabo, ya que claramente un solo equipo no puede organizar un evento deportivo sin la participación de otros. Los clubes confían unos en otros para producir un producto viable y rentable. Por ejemplo, actualizar las reglas del juego o establecer un calendario para el torneo requiere de coordinación.

5. En el caso de Argentina, estas tareas son llevadas a cabo principalmente por la AFA, pero también hay una gran influencia, tanto del organismo regional, *Confederación Sudamericana de Fútbol* (CONMEBOL) como del organismo internacional, *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA), dependiendo del tipo de torneo y de los equipos que compitan.

6. Desde el punto de vista legal, la AFA es una organización sin fines de lucro que cuenta con la representación de todos los clubes de fútbol profesional; los clubes no son dueños ni accionistas de AFA. Estar afiliado a la AFA es un requerimiento que los clubes deben cumplir

para poder competir en las ligas y torneos de fútbol profesional. Se trata del único organismo rector que otorga acceso a dichos torneos y requiere que sus miembros se abstengan de organizar partidos o torneos por sí mismos, incluso cuando se trate de un partido amistoso que involucre a un miembro el cual precisa de la aprobación expresa de la AFA.

7. Otra limitación que surge del reglamento de la AFA es el estatuto legal que los clubes deben adoptar si desean afiliarse a la organización. En efecto, sólo organizaciones civiles pueden regentear clubes y ser miembros de la AFA. Los denominados “*franchise model*” (muy comunes en Estados Unidos) no son un modelo viable en Argentina por lo que los clubes no pueden operar como compañías privadas ni tener un dueño privado.

8. Antes de que los medios de comunicación, los *sponsors* y los derechos de retransmisión tuvieran un rol importante en el financiamiento de los clubes, las cuotas mensuales de los seguidores y socios de las organizaciones civiles constituían su principal fuente de ingresos. Las transferencias de jugadores eran otra fuente de ingresos relevante.

9. Es importante destacar que varios clubes de fútbol profesional hacen las veces de espacio cultural y de punto de encuentro para actividades competitivas, incluso a nivel no profesional. Incluso administran instalaciones educativas y sus propias academias de fútbol infantil a efectos de asegurar un constante aporte de talentos para los equipos de primera división.

10. En la actualidad, los clubes de fútbol confían fuertemente en los derechos de transmisión como fuente financiera. La negociación de derechos de transmisión y de distribución de los pagos resultantes para los clubes afiliados se realiza a través de las asociaciones de fútbol. La AFA es la licenciataria y la organización encargada de llevar adelante las negociaciones con diferentes agentes que participan en el sector de los medios, incluyendo las redes de televisión, las plataformas de *streaming*, y otros canales de distribución, para los derechos de transmisión de competencias locales.

II. ORGANIZACIÓN DE LAS LIGAS Y LOS TORNEOS DE FÚTBOL EN ARGENTINA

11. Tal como se indicó anteriormente, para poder organizar un campeonato o una liga, los clubes rivales deben trabajar juntos. Un único club en el mercado sería inviable dado que la competitividad demanda la presencia de otros rivales. Se necesita una estructura rectora interna del mercado para que esta conexión pueda diseñarse, modificarse, y asimismo sostener las reglas del juego, resolver conflictos, y planificar y coordinar eventos deportivos.

12. Los torneos oficiales de fútbol en Argentina son organizados y regulados por la AFA, el organismo rector a cargo de los equipos nacionales y de todos los clubes locales, tanto de primera división como de otras categorías.

13. En Argentina, el fútbol está estructurado en base a un modelo jerárquico de competencia con dos divisiones nacionales (Primera División y Primera Nacional) con un esquema de descenso

y ascenso en función del desempeño de los equipos. La Primera Nacional, a su vez, tiene un esquema de descenso y ascenso que se ramifica en función de cuestiones geográficas y organizativas con otras divisiones. Por un lado, la división metropolitana (Primera B, Primera C y Primera D) y, por otro, la división federal (Federal A y Federal B). Tanto la Primera B Metropolitana como el Torneo Federal A reciben anualmente a los equipos con menor desempeño de la Primera Nacional y promueven a los equipos con mayor puntaje a la división superior. En síntesis, en orden de mayor a menor jerarquía, las divisiones son: i) Primera División, ii) Primera Nacional, iii) Primera B Metropolitana (Torneo Federal A), iv) Primera C (Torneo Federal B), y, v) Primera D (torneos regionales).

14. Actualmente, la AFA organiza dos torneos por año para equipos que exclusivamente pertenecen a la Primera División. Uno de ellos tiene un formato de liga en la cual todos los equipos se enfrentan entre sí y el campeón es el que más puntos obtiene. El otro, se inicia a partir de dos grupos; aquellos equipos con mayor puntuación clasifican a una ulterior instancia de playoffs, y el campeón se dirime en una final entre dos equipos. Asimismo, la AFA organiza la Copa Argentina, que es un torneo donde participan todos los equipos de la Asociación bajo un formato de playoffs, y que resulta similar a torneos que se organizan en otros países, como, por ejemplo, la Copa del Rey en España.

III. DERECHOS EXCLUSIVOS DE RADIODIFUSIÓN DE EVENTOS DE FÚTBOL EN DIRECTO

15. En Argentina, los derechos de radiodifusión más valiosos en lo que refiere a eventos deportivos son los derechos de los partidos de fútbol.

16. Los clubes de fútbol ceden a la AFA los derechos de transmisión para los torneos en los que juegan a los efectos de una administración colectiva. La AFA licencia los derechos de radiodifusión de los torneos y distribuye los ingresos por televisión a los clubes. El licenciamiento se produce en función de los torneos por división. Es decir, por un lado, se licencian los torneos donde participan exclusivamente los equipos de Primera División y, por otro, se licencian los derechos de la Primera Nacional. La Copa Argentina, si bien suele tener mayor presencia de equipos de la Primera División en las instancias finales, se licencia separadamente de los torneos en los que exclusivamente participan los equipos de dicha categoría.

17. Los torneos de equipos de la Primera División son los que revisten mayor interés ya que son estos partidos los de mayor audiencia a nivel nacional. La última adjudicación correspondiente a torneos de la Primera División se realizó en el año 2017 y fue otorgada a una oferta conjunta entre TNT y Fox (actualmente en manos de Disney), que emiten los partidos a través de señales *pay per view*. El acuerdo entre ambas empresas implicó la repartición del 50% de los eventos semanales para cada empresa, con algunas consideraciones sobre la calidad de los eventos en función de la representatividad de cada equipo. Básicamente, el acuerdo consiste en repartirse y alternarse los eventos de los dos equipos con mayor cantidad de aficionados en Argentina (Boca Juniors y River Plate). Si un fin de semana TNT emite un partido en el que participa Boca Juniors, entonces, Fox (actual Disney) emitirá aquel en el que participa River Plate,

alternándose a la semana siguiente. En el caso que ambos equipos se enfrenten entre sí, el evento será emitido por ambas señales en simultáneo.

18. Los partidos de la Copa Argentina, torneo en el que, como ya fue mencionado, participan los equipos de las distintas divisiones de la AFA, son emitidos por TyC Sports, una señal de la grilla básica de los cable-operadores.

19. La producción de la radiodifusión de los eventos, en lo referido a las cuestiones técnicas audiovisuales, como ser la dirección, filmación, elección de periodistas y demás factores vinculados, quedan a cargo de las licenciatarias de los derechos.

20. Por último, es importante aclarar que el contrato entre el generador del evento (AFA) y el licenciatario para la radiodifusión es de carácter exclusivo. Es decir, cada evento es transmitido en vivo se emite de manera exclusiva por una señal de televisión. Esto tiene que ver con que el valor económico del licenciamiento se maximiza cuando se otorga en exclusividad, lo que permite una mayor recaudación para la AFA, que redundará en una mejor situación económica para los clubes, y que, a su vez, permite mejorar la calidad de la competencia entre los equipos de fútbol, a través de un mayor financiamiento para los contratos de los jugadores y entrenadores.

21. Por su parte, la comercialización de la señal que emite el evento en exclusividad a las empresas distribuidoras de señales no es exclusiva, y la CNDC ha recomendado en decisiones anteriores que la existencia de cláusulas contractuales que impongan precios mínimos de reventa para la comercialización de las señales a los consumidores finales podría constituir una violación a la Ley 27.442 de Defensa de la Competencia (LDC).

22. Los derechos exclusivos de retransmisión de eventos futbolísticos pueden proporcionar a sus licenciantes una importante influencia sobre sus clientes directos (por ejemplo, los operadores de satélite y cable). Dos decisiones adoptadas en casos de control de concentraciones han arrojado algo de luz sobre los riesgos asociados a estos contenidos en el mercado argentino.

23. La primera decisión de este tipo se adoptó en la fusión de Twenty-First Century Fox, Inc. ("Fox") y The Walt Disney Company ("Disney"). Aunque se trataba de una operación que creaba solapamientos en varios mercados de la comunicación y el entretenimiento, la CNDC determinó que los riesgos eran especialmente elevados en el mercado de las señales deportivas de televisión paga.

24. La CNDC emitió un dictamen condicionando la aprobación de la operación a un remedio estructural y conductual especialmente diseñado para la operación. En efecto, la fusión combinó entidades que poseían las licencias exclusivas para la retransmisión en directo de los acontecimientos deportivos más populares del país. Disney, a través del señal deportiva ESPN, poseía los derechos televisivos para retransmitir los partidos de primera división de la liga de fútbol profesional —el torneo nacional más popular de Argentina—, mientras que Fox, a través de FoxSports, controlaba los derechos televisivos para retransmitir los partidos de la Copa Libertadores de América, la competición regional más popular de Argentina.

25. La CNDC vio la necesidad de crear un nuevo actor capaz de competir con Disney en la producción y comercialización de canales de televisión. Así, la autoridad ordenó la desinversión de los derechos de retransmisión de los eventos que pertenecían a la cartera de Fox, elegidos por tratarse de las principales competiciones internacionales dentro de cada deporte, medidas por la audiencia media. En consecuencia, se incluyeron en la orden de desinversión los derechos de radiodifusión de los partidos de la Copa Libertadores de América y de la Liga de Campeones de la UEFA, uno de los acontecimientos deportivos de mayor influencia mundial.

26. El remedio estructural se completó entonces con un conjunto de condiciones de comportamiento destinadas, por un lado, a mitigar los efectos de las concentraciones hasta que Disney pudiera llevar a cabo la desinversión y, por el otro, a mitigar los efectos del aumento del poder de negociación de Disney frente a los operadores de cable, que son las empresas que adquieren las señales.

27. Específicamente, se ordenó a Disney "poner a disposición" para su transmisión no exclusiva, gratuita y abierta, para todas las señales de televisión abierta y paga que lo requirieran, los eventos deportivos a desinvertir; y también "poner a disposición" para su transmisión –en las mismas condiciones– dos partidos de primera división de la liga profesional de fútbol, uno de los cuales necesariamente tendría que ser un partido en el que participe River Plate o Boca Juniors, por ser los clubes de mayor concurrencia y audiencia del fútbol local.

28. Por otro lado, además de la aplicación del remedio estructural y durante cinco años, la CNDC estableció requisitos sobre las condiciones de comercialización y empaquetado de las señales que minimicen los efectos de cartera y prohibió la imposición de condiciones contractuales que obliguen a los operadores de cable a imponer precios mínimos de reventa, cantidades mínimas de abonados, porcentajes de penetración o número de abonados.

29. Poco después, Disney informó a la CNDC que había llegado a un acuerdo preliminar con el grupo español MediaPro para la venta de los derechos y activos indicados en la orden de desinversión. La CNDC concluyó que la solución estructural impuesta se había aplicado con éxito.

30. También hay que señalar que Disney optó por litigar contra determinadas medidas conductuales establecidas en la orden de desinversión. El tribunal que revisó la orden de desinversión rechazó en su totalidad tanto la medida cautelar por la que la empresa pretendía obtener su suspensión, como la solicitud de anular dichas condiciones de forma permanente.

31. El segundo caso recientemente objetado por la CNDC se refiere a la fusión de Discovery Inc. ("Discovery") y WarnerMedia, LLC ("WarnerMedia"). La entidad combinada se denomina Warner Bros. Discovery, Inc. ("Warner/Discovery").

32. La CNDC determinó en su investigación preliminar que el acuerdo crea riesgos en los mercados de producción y distribución al por mayor de señales de televisión paga, especialmente en los canales infantiles, de películas y series, y de entretenimiento de no ficción.

33. Dado el gran número, la diversidad y la preponderancia de las redes comercializadas por Warner/Discovery, tanto básicas como premium, existen efectos potenciales de cartera derivados de la ejecución de la operación.
34. Warner/Discovery vende efectivamente a los operadores de cable canales de televisión paga de diferentes temáticas, no sólo infantiles, películas y series, y canales de entretenimiento de no ficción.
35. Antes del cierre de la operación, Discovery comercializaba trece señales, de las cuales seis son de entretenimiento de no ficción, donde tiene el 43% del mercado medido por ratings, según datos de 2021; tres pertenecen al segmento "*Estilo de vida*", y las cuatro restantes son infantiles, deportivas, de variedades e interés general, y de películas y series.
36. WarnerMedia comercializa dieciséis canales básicos que abarcan una amplia variedad de temas: películas y series, infantil, entretenimiento de no ficción, estilo de vida, música y noticias. En términos de cuota de mercado, ocupa posiciones significativas en el segmento de películas y series y en la categoría infantil, donde sus cuotas de mercado rondan entre el 33% y el 29%, respectivamente.
37. Su cartera se completa con ocho señales *premium* en la categoría de películas y series, así como otra señal *premium* en el género deportivo (TNT Sports), que emite en directo el 50% de los partidos de primera división de la competición nacional de fútbol, de gran interés para la audiencia local.
38. Como ya se señaló en el caso Disney/Fox, este último punto es especialmente importante si se tiene en cuenta la limitada sustituibilidad que presentan las señales. La señal TNT Sports puede considerarse insustituible para cualquier distribuidor minorista de canales de televisión paga si se considera indispensable ofrecer tales contenidos para preservar o aumentar su competitividad.
39. La CNDC concluyó que todos estos factores proporcionan a Warner/Discovery un aumento significativo de su poder de negociación y le dan la capacidad de desarrollar diferentes tipos de estrategias de cartera o de conglomerado (por ejemplo, venta por paquetes) que pueden potencialmente distorsionar la competencia en el mercado de canales de televisión paga.
40. Otra fuente de preocupación derivada de la fusión es el incentivo de limitar la distribución de contenidos en los canales de televisión paga para dirigir a la gente hacia las plataformas OTT de Warner/Discovery.
41. El análisis fue plasmado en un Informe de Objeción y, como tal, no es definitivo, pero muestra las preocupaciones en materia de competencia que despiertan los derechos de radiodifusión de fútbol en directo.¹ Al momento de publicación de esta contribución, la CNDC y

¹ En un «Informe de Objeción» la CNDC describe en profundidad las preocupaciones sobre potenciales daños competitivos que pueden generar en uno o varios mercados una operación de concentración

Warner/Discovery están examinando medidas estructurales y conductuales para reducir los riesgos identificados.

IV. CONCLUSIONES

42. En Argentina, el fútbol es mucho más que un deporte: está arraigado en la cultura del país y forma parte de su identidad. Este significado cultural se entrelaza con su considerable importancia económica, y todo apunta a que continúe creciendo en importancia en el futuro.

43. La gobernanza del fútbol en Argentina está marcada por su complejidad, caracterizada por un entramado polifacético de estructuras, leyes e influencias internacionales. En su núcleo, la AFA ejerce una autoridad considerable sobre el deporte, que abarca desde los reglamentos de los clubes hasta la organización de los torneos.

44. La creciente importancia de los derechos de radiodifusión pone de manifiesto la evolución del fútbol hacia una industria rentable. La gestión de estos derechos es esencial para la salud financiera de los clubes, ya que cada vez dependen más del dinero recibido por los acuerdos televisivos.

45. La supervisión reguladora desempeña un papel indispensable para garantizar la igualdad de condiciones en la industria de los medios de comunicación y el entretenimiento. Mediante el examen de las fusiones y la imposición de condiciones, la CNDC trata de salvaguardar la competencia y proteger los intereses de los consumidores.

económica. Se trata de un documento oficial que pretende delinear formalmente las características problemáticas de una transacción dada, de modo que la autoridad de competencia y las partes puedan negociar efectivamente soluciones alternativas a los riesgos identificados.